

Digitaler Produktpass: Zwischen Skepsis und gelebter Praxis

26.03.2026, 11:51 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: Narravero – *Let your products talk*



Expert Forum: Digitaler Produktpass als Wegbereiter für eine zirkuläre Logistik

Münster, 26.03.2026 - Auf der LogiMAT - Internationale Fachmesse für Intralogistik-Lösungen und Prozessmanagement in Stuttgart (24. - 26. März 2026) wurde in der Paneldiskussion "Digitaler Produktpass als Wegbereiter für eine zirkuläre Logistik" deutlich, wie unterschiedlich der Digitale Produktpass (DPP) derzeit in der Industrie wahrgenommen wird.

Zu Beginn der Session stellte Prof. Dr. Johannes Fottner (TU München) eine einfache Frage: Wer kennt den Digitalen Produktpass? Etwa die Hälfte der Anwesenden meldete sich. Auf die anschließende Frage, wer sich darauf freut, gingen nur wenige Hände hoch.

Dieser Moment machte sichtbar, wo die Branche aktuell steht: Der DPP ist vielen bekannt, wird aber weiterhin primär als Pflicht wahrgenommen.

Praxis statt Einordnung

Genau hier setzte das Panel an. Neben Thomas Rödding (Narravero) standen mit Dirk Uhlenbrock (CEO B&W Cases of Success) und Saredin Seine (CEO SEINE Batteriesysteme) zwei Geschäftsführer auf der Bühne, deren Unternehmen den DPP bereits seit mehreren Jahren praktisch einsetzen.

Im Mittelpunkt stand damit nicht die Frage, was der DPP regulatorisch bedeutet, sondern was er in der Anwendung verändert.

DPP als Infrastruktur für Produktinformationen

In seiner Keynote ordnete Rödding den Digitalen Produktpass als mehr als ein regulatorisches Instrument ein. Aus seiner

Sicht entwickelt sich der DPP zu einer Infrastruktur, über die Produktinformationen strukturiert erfasst, aktualisiert und über den gesamten Lebenszyklus hinweg genutzt werden können.

Damit verschiebt sich der Fokus: weg von einzelnen Anforderungen, hin zu der Frage, wie Produktdaten systematisch organisiert und verfügbar gemacht werden.

Konkrete Mehrwerte im Service: SEINE Batteriesysteme

Bei SEINE Batteriesysteme zeigt sich dieser Ansatz bereits im Alltag. Jedes Batteriesystem erhält eine digitale Identität, über die Qualitätsdaten, Nutzung und Zustand kontinuierlich dokumentiert werden.

Im Service führt das zu spürbaren Veränderungen: Produkte müssen nicht mehr im Detail analysiert werden, da die relevanten Informationen bereits vorliegen. Einsätze können gezielter vorbereitet werden, Techniker kommen mit passenden Ersatzteilen und Abläufe werden effizienter.

Saredin Seine formulierte es auf der Bühne so: *„Das Wichtigste ist, eine gescheite Infrastruktur aufzubauen.“*

Direkter Zugriff auf Informationen: B&W Cases of Success

B&W International verfolgt einen komplementären Ansatz. Hier steht der unmittelbare Zugriff auf produktbezogene Informationen im Vordergrund.

Zertifikate, Handbücher und relevante Daten sind direkt mit dem Produkt verknüpft und können situativ abgerufen werden. Dadurch entfallen Umwege über separate Systeme oder Dokumente.

Dirk Uhlenbrock brachte dies auf den Punkt: *„27 Seiten Handbuch machen heute keinen Sinn mehr.“*

Ein konkretes Beispiel: Ein Frachtführer kann direkt prüfen, ob ein Transportkoffer die erforderliche Zertifizierung erfüllt – ohne zusätzliche Recherche.

Zwei Geschwindigkeiten in der Branche

Das Panel machte deutlich, dass sich aktuell zwei Perspektiven parallel entwickeln: Während viele Unternehmen noch prüfen, ob und wie sie vom DPP betroffen sind, haben andere bereits begonnen, entsprechende Strukturen aufzubauen und erste Erfahrungen zu sammeln.

Diese Unterschiede führen zu unterschiedlichen Diskussionen – von regulatorischen Anforderungen bis hin zu konkreten Anwendungsfällen.

Herausforderung Daten – und die Rolle der Infrastruktur

Ein zentrales Thema bleibt die Verfügbarkeit und Qualität von Daten, insbesondere entlang komplexer Lieferketten.

Gleichzeitig wurde im Panel deutlich, dass der Einstieg nicht mit vollständigen Daten beginnt. Entscheidend ist vielmehr der Aufbau einer Infrastruktur, die es ermöglicht, Informationen schrittweise zusammenzuführen und nutzbar zu machen.

Vom regulatorischen Thema zur operativen Realität

Der Digitale Produktpass wird häufig noch als zukünftige regulatorische Anforderung betrachtet. Die Diskussion auf der LogiMAT zeigte jedoch, dass er für erste Unternehmen bereits Teil der operativen Realität ist.

Mit dieser Perspektive verändert sich auch der Umgang mit Produktinformationen: Der DPP wird zu einem Bestandteil von Service, Qualitätssicherung und Produktlebenszyklusmanagement.

Narravero GmbH

Am Mittelhafen 10
48155 Münster
Deutschland

Dr. Inga EllenKastens (Strategy & Communication)

025174788851

ingaellen.kastens@narravero.com

narravero.com

Portrait

Wenn Produkte sprechen, wird Besitz zur Beziehung. Ein Tap oder Scan mit dem Smartphone, kein Download, keine App: Der Digitale Produktpass (DPP) gibt Produkten eine Stimme – und Menschen einen Grund zuzuhören.

So entsteht eine neue Beziehung zwischen Marke, Produkt und Mensch: Ein Kauf wird zum Dialog, der bleibt. Diese Nähe verbessert messbar die Ansprache, erhöht die Kundenbindung und schafft neue Umsatzpotentiale. Datenbasiert und messbar.

Narravero bietet die komplette Lösung für den Digitalen Produktpass über seine SaaS-Plattform – im Einsatz bei über 200 Unternehmen in 12+ Branchen, darunter BONPRIX, STRAUB MARBERT, B&W International, SEINE Batteriesysteme und COR. CEO & Gründer Thomas L. Rödding wirkt auf europäischer und nationaler Ebene an der Gestaltung der DPP-Standards in leitender Position mit (DIN, CEN-CENELEC).

Mehr unter: www.narravero.com

Pressekontakt

Narravero GmbH Am Mittelhafen 10
48155 Münster
Deutschland

Dr. Inga EllenKastens (Strategy & Communication)

025174788851

ingaellen.kastens@narravero.com

narravero.com

News-ID: 1307739 • Views: 161 (Stand: 26.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1307739/Digitaler-Produktpass-Zwischen-Skepsis-und-gelebter-Praxis.html>